

生活と商業

【No. 1】 わが国の商業生成に関する次の組み合わせのうち、最も不適当なものはどれか。

1. 都における東西市 …… 室町時代
2. 楽市・楽座 …… 安土桃山時代
3. 小売店 …… 江戸時代
4. 問丸 …… 鎌倉時代

〔解説〕「都における東西市」は奈良時代、「問丸」は鎌倉時代、「楽市・楽座」は安土桃山時代で、「小売店」は江戸時代に生成した。

「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P18～19 参照

答. 1

【No. 2】 高齢者や身体障害者などの、いわゆる「買物弱者」に対応した施策に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. バリアフリー新法の施行
2. 地域商店街活性化法の施行
3. ユニバーサルデザインに基づく街づくり
4. 国民生活センターの設置

〔解説〕国民生活センターは、消費者基本法、国民生活センター法に拠り、主として消費者保護関連の問題に対処する施設として設置された。

「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P38 参照

答. 4

【No. 3】 次の文章の□の中に入る語句の組み合わせのうち、最も適当なものはどれか。
家訓、社是、社訓の「カ・キ・ク・ケ・コ」は、社会の一員として日本の企業が持つべき商徳の原点であり、また現代でも生き続ける知恵である。
カは感謝、キは勤勉、クは工夫、ケは儉約、コは□である。

1. 根気
2. 貢献

3. 行動
4. 根性

答. 2

【No. 4】 マーケティング・ミックス（4ps）のうち、「プロモーション」に含まれない活動は次のうちどれか。

1. 価格（安い価格を付けること）
2. 陳列（人目を引くように並べること）
3. パブリシティ（記事等で大衆に知らせること）
4. 販売（セールスマンが売ること）

〔解説〕 マーケティング・ミックスは 4P、すなわち *Product*（製品または商品）、*Promotion*（促進）、*Place*（流通）の最適・統合的組み合わせである。すなわち、プロモーションは人的販売と非人的販売に大別されるが、前者の人的販売はセールス活動であり、後者の非人的の広告、陳列、パブリシティ及び展示会等が含まれます。

「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P41~42 参照

答. 1

【No. 5】 次の文章の□の中に入る語句の組み合わせのうち、最も適当なものはどれか。
マーケティングに関する定義やいろいろな考え方があるが、ピーター・F・ドラッカー「起業家の機能はただ2つしかない。それはイノベーションとマーケティングである」1954年 AMA（アメリカ・マーケティング協会）1985年にマーケティングの定義について「個人と法人がそれぞれ目的を実現するのに必要な交換を創造するため、アイデア、商品、サービスについて、□の4つの活動を計画、実行すること」

1. 発想・価格・促進・流通
2. 発想・価格・広告・流通
3. 企画・価格・促進・流通
4. 発想・販売・促進・流通

答. 1

【No. 6】 デイマーケティングに関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. デイマーケティングとは、経済的に、ある製品やサービスの消費抑制をすること
2. 社会的には有害と思われる製品やサービスの需要を減少させるマーケティング戦略のこと
3. 従来型の「陽マーケティング」だけではなく「陰マーケティング」戦略を確立すること
4. 販売に関しても機会を逃さずに積極的マーケティング戦略を展開すること

〔解説〕 マーケティング学者コトラーが 1971 年末に命名し、後に学者の学会で定義づけられる。すなわち、「経済的には消費を抑制することを目的とするマーケティング戦略のこと」
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P41～42 参照

答. 4

【No. 7】 小売商圈に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 食料品は一般に商圈が狭い最寄品に分類される
2. 買回品としては、衣料品や身回品等の他に、家具やスポーツなどの趣味関連商品があてはまる
3. ライリーの小売引力の法則には、小売店舗数と人口と、距離が用いられる
4. 消費者がある特定の商業集積を選ぶ確立をモデル化したものをハフ・モデルという

〔解説〕 小売売上高
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P49～52 参照

答. 3

【No. 8】 国の 3 R 政策の推進の一環として平成 13 年に施行された、「特定家庭用機器再商品化法(略称:家電リサイクル法)」の対象となる家電製品に含まれないものは次のうちどれか。

1. テレビ
2. 洗濯機

3. 冷凍庫
4. 空気清浄器

〔解説〕 冷凍庫は平成16年より冷蔵庫と併合して対象になった。
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P65 参照

答. 4

〔No.9〕 日本の流通市場の変化に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 消費支出は2000年代に入って削減傾向が続いている
2. 海外の高級ブランドなどが浸透し、被服費への消費支出は上がっている
3. 百貨店やGMS、家電量販店やドラッグストアなど、企業の統合整理の状況が進んできた
4. 消費に影響する要因は、少子高齢化、原料の高騰、増税、生活インフラ料金の値上げなどが考えられる

〔解説〕 「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P69 参照

答. 2

〔No.10〕 コインランドリーの増加や各種家事代行など、女性の就業率の上昇を背景に、消費者の潜在的なニーズを掘り起こす新しいサービス市場が拡大している。
「サービス商品」の特性に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 「生産」と「消費」が同時に行われる
2. 陳列したり転送することが困難である
3. 在庫としてストックすることができない
4. 均一化することで標準化が可能である

答. 4

生活と商業

【No.11】業種と業態に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 小売業は大きく分けて店舗販売と無店舗販売がある
2. 業種と業態は店舗販売の中の分類である
3. 専門スーパーとはそれぞれの専門分野の商品が50%以上ある店のことである
4. 業種的な分類方法は生産体系別分類であり、業態分類は消費者視点での分類である

【解説】専門商品は70%以上であることが必要

答. 3

【No.12】業種・業態に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. 同一名の店舗数を11店以上展開する小売店をチェーンストアと呼ぶ
2. 小売業の形態の分類方法としては、店舗の有無による分類、販売方法による分類、経営方法の違いによる分類がある
3. 百貨店とGMSはどちらも総合商品を扱う小売業、つまりワン・ストップ・ショッピング機能をもつ小売業に含まれる
4. 近年の消費の変化をうけて、取扱商品による業態分類では、商業サービス動向が正確には把握できなくなっている

【解説】「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P75~76 参照

答. 4

【No.13】次の記述のうち、フランチャイズチェーン（FC）に含まれないものはどれか。

1. セブンイレブン
2. ガスト
3. 西川チェーン
4. ブックオフ

生活と商業

〔解説〕 西川チェーンはボランタリーチェーン
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P174 参照

答. 3

【No.14】 ショッピングセンター（SC）に関する次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. かつてはGMSが核となったコミュニティ型SCが主流であったが、現在は複数の核店を組み合わせた多核型SCやスーパーコミュニティ型SC、アウトレットモール、ライフスタイルセンターが主流である
2. イオンモール型SCの特徴のひとつとして、営業面積が最大でも20,000㎡くらいとなっている
3. コミュニティ型SCを成立させるための方法の一つとして、商圏の設定を今までより低くしても成り立つ体制をつくることが考えられる
4. ライフスタイルセンターはSCの概念に商店街の良さをプラスした業態と解釈でき、人的ふれあいのある地域密着性を機能として盛り込んでいる

〔解説〕 40,000㎡
「商業施設・創造とデザイン」改訂新版 vol-5 P.148～151 参照

答. 2

【No.15】 多くの人が集まる商業施設や学校などでよく見かける、AED「自動体外式除細動器」(Automated External Defibrillator) は、心臓麻痺を起こして倒れた人に、電気ショックを与えることにより救命することができる。

次の記述のうち、最も不適当なものはどれか。

1. AEDは法律で定められているマークがある
2. AEDは法律で定められているマークはない
3. AEDは施設によってマークが違う
4. AEDはJISで定められているマークはない

答. 1